

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**HUSITSKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA**

**Místo moderních technologií a médií ve vývoji dospívajících**

**Place of modern technology and media in the development of  
adolescents**

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Autor:

Mgr. Sylvie Stretti

Adam Nedvídek

Praha 2015

## Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucí své bakalářské práce, Mgr. Sylvii Stretti, za cenné rady, odborné vedení a čas, který mi ochotně věnovala při konzultacích. Poděkování patří také mé snoubence Kláře Zavoralové, která mi je oporou po celou dobu studia na fakultě. Zároveň děkuji všem respondentům za účast na šetření. Na závěr bych rád poděkoval svým rodičům za psychickou podporu během celého studia.

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou bakalářskou práci „Místo moderních technologií a médií ve vývoji dospívajících“ vypracoval s použitím níže uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu

V Praze dne

Adam Nedvídek

## Anotace

V této práci se zabývám moderními technologiemi a médii s ohledem na vliv na současné dospívající. V teoretické části nejprve popisují jednotlivá média a technologie, se kterými se pravidelně setkáváme. Dále charakterizují současnou generaci dospívajících a vliv médií na tuto skupinu. Poslední kapitola teoretické části se věnuje technologiím, které se využívají v procesu výchovy dospívajících. Praktická část je věnována analýze šetření, které jsem provedl za účelem této práce. Výzkumnou metodou šetření je dotazník určený dotazovaným ve věku 11-16 let.

## Annotation

In this thesis, I will concern myself with the topic of media and technology and their influence on youth and their lives. In the theoretical part, I will describe different technologies and media, which we use in their day to day lives. Next, I will characterize the current generation of young people and the influence of these technologies on them. The last chapter of the theoretical part will shed a light on the different technologies that are used in the process of educating youth and young people. The practical part will concern itself with analyzing the research and findings I have undertaken and discovered as a part of this thesis. This research was conducted using a questionnaire for young people from 11-16 years of age.

## Klíčová slova

Dospívající, e-knihy, chytrá zařízení, internet, komputizace, média, negativní vlivy technologií, sociální sítě, televize

## Keywords

Adolescents, e-books, smartphone, internet, computerization, media, negative influences of technology, social networks, television

## Obsah

Obsah .....	5
Úvod .....	7
1 Rozdělení a specifikace médií .....	9
1.1 Tištěná média .....	10
1.1.1 Pozice tištěných médií .....	10
1.2 Elektronická média .....	11
1.2.1 Rozhlas .....	12
1.2.2 Televize .....	12
1.2.3 E-knihy .....	14
1.2.4 Internet .....	14
1.3 Chytrá zařízení .....	14
2 Specifika současné generace dospívajících .....	16
2.1 Pojem dospívání .....	16
2.2 Dospívající dnes – generace Z .....	17
2.2.1 Multitasking .....	18
2.2.2 Digitální hyperaktivita .....	19
3 Vliv médií na dospívající .....	21
3.1 Kognitivní působení .....	21
3.2 Postojové působení .....	21
3.3 Emocionální působení .....	22
3.4 Fyziologické reakce na média .....	22
3.5 Behaviorální působení .....	23
3.6 Kyberšikana .....	23
4 Využití moderních technologií v procesu výchovy dospívajících .....	25
4.1 Nástroje ve školách .....	25
4.1.1 Dataprojektor .....	25
4.1.2 Práce na počítačích .....	25
4.1.3 Tablety .....	26
4.1.4 Moodle .....	26
4.1.5 Interaktivní tabule .....	26
4.2 Sociální sítě a internetové poradenství .....	27
4.3 Reklama .....	28
5 Cíle a obsah praktické části .....	29
5.1 Hypotézy .....	29

5.1.1	Posouzení vlivu internetu.....	29
5.1.2	Sledování televize v domácnosti .....	30
5.1.3	Pozice tištěných a digitálních knih ve společnosti .....	30
5.1.4	Kritický přístup k technologiím.....	30
5.2	Popis dotazníku .....	31
5.3	Analýza dat z dotazníkového šetření .....	31
5.3.1	Základní údaje o provedeném průzkumu .....	32
5.3.2	Část B – Internet.....	33
5.3.3	Část C – televize a e-knihy.....	35
5.3.4	Část D – chytrá zařízení .....	37
5.4	Vyhodnocení hypotéz .....	39
5.4.1	Posouzení vlivu internetu.....	39
5.4.2	Sledování televize v domácnosti .....	40
5.4.3	Pozice tištěných a digitálních knih ve společnosti .....	40
5.4.4	Kritický přístup k technologiím.....	40
	Závěr.....	41
	Seznam použité literatury .....	43
	Elektronické zdroje.....	43
	Summary .....	45

## Úvod

Moderní technologie a média jsou nedílnou součástí každodenního života společností ve vyspělých zemích. Technologie a média nás obklopují kdekoli a kdykoli. Ráno nás většinou budí mobilní telefon. Během snídaně si díky internetovému vysílání můžeme pustit zprávy z libovolného koutu světa. Oběd, případně celý nákup do domácnosti lze pořídit přes internet. Jako náplň volného času se nabízí návštěva 3D kina, četba knih přes elektronické čtečky, nebo sdílení našich zážitků na sociálních sítích. Již nás nepřekvapuje, že standardní pracovní kompetencí je více než uživatelská znalost práce na počítači a že součástí rozhodování o přijetí na pracovní pozici, je kontrola našich elektronických stop na internetu.

Rodina je podle Velkého sociologického slovníku: „*obecně původní a nejdůležitější společenská skupina a instituce, která já základním článkem sociální struktury i základní ekonomickou jednotkou.*“ (LINHART et. al., 1996, s. 940) Dále autoři uvádí, že jednou z funkcí rodiny je funkce kulturně výchovná, z hlediska budoucnosti společnosti se tedy dá říci, že děti jsou naší budoucností. Vliv médií na děti a mládež, potažmo na jejich vývoj je evidentní z dat ČSÚ, ze kterých můžeme vyčíst, že v roce 2008 bylo v ČR 41,7 % domácností připojeno k internetu, v roce 2013 je zaznamenán nárůst na 67 % (ČSÚ, 2015). Vzhledem k vývoji technologií se dá předpokládat vzestupná tendence.

V této práci se zabývám vlivem moderních médií a technologií na dospívající. V první části práce se věnuji popisu několika zásadních médií a technologií, se kterými se setkává současná společnost v běžném životě. Následuje definice dospívajících, kterých se týká i šetření, vzhledem ke svým specifikům oproti generaci z let předešlých. V 6. kapitole předkládám pozitivní a negativní vlivy médií na dospívající, jak se o nich zmiňuje odborná literatura. Poslední kapitola teoretické části práce popisuje využívání médií a technologií ve výchově mladých – jaké nástroje jsou využívány v některých moderních pedagogických směrech, ovlivňování mládeže reklamou a otázka sociálních sítí a internetového poradenství.

Praktická část se zabývá rozбором šetření, které se snaží zjistit zejména vlastní názor dospívajících a reflexi vlivu médií na jejich život. Jako výzkumnou metodu jsem využil dotazníkové šetření u dětí a mládeže ve věku 11 – 16 let. Otázky se týkají využívání

internetu, sledování televize, četby knih v elektronické podobě a užívání moderních mobilních telefonů s operačním systémem.

Hlavním cílem mé bakalářské práce je zjistit, jakou mají moderní média a technologie pozici u dospívajících, co jim tyto výdobytky moderní doby dávají a berou a zda si vůbec dokáží představit vstupování do dospělosti bez takových zařízení.

Téma této práce jsem si zvolil díky zájmu o tyto technologie a také kvůli cílové skupině – mládeži, se kterou v současné době pracuji a otázka médií a technologií je jedna z častých témat k rozhovoru.



## 1 Rozdělení a specifikace médií

Slovník spisovného jazyka českého mluví o médiu jako o „*zprostředkující prostředí, zprostředkující činitel (...) výplň prostoru, látka, v které je předmět uložen*“ (Slovník spisovného jazyka českého, 1971) V pojetí českého prostředí vzhledem k přenosu informací se jedná buď o organizaci, která informace předává (mediální korporace, místní noviny aj.), nebo o přenosový nástroj, který tyto informace předává (papír, kniha, CD, televize aj.). V obou případech jsou s námi média více než 9000 let. Tehdy začaly vznikat nejstarší znaky, které lze charakterizovat jako písmo, tedy prvním způsobem přenášení tištěných informací. Za tu dobu si prošla média značnou modernizací. Mezi zásadní milníky se všeobecně řadí vynález knihtisku J. Gutenbergem v polovině 15. století. Ve století 19. se jedná o první ustálené fotografie a počátky filmářského průmyslu bratrů Lumiérových. S nástupem výpočetní techniky po druhé světové válce se rozvíjí fenomén počítačových sítí, což přineslo lidstvu úžasný nástroj pro předávání a sdílení dat: internet. Do ČR se moderní výpočetní technika a novodobý typ mediální komunikace dostal až po roce 1989 (připojení k internetu - 1992, první komerční TV stanice – 1994 atd.)

V následujících podkapitolách se věnuji médiím jakožto nástrojům pro přenos informací a to pouze těm, které jsou v současné době běžnou součástí života. Popis médií budu směřovat zejména s ohledem na využívání cílové skupiny práce – dospívajících.

Média jsem si pro tuto práci rozdělil na klasická tištěná média, jako jsou například: knihy, noviny a časopisy; elektronická média: internetové stránky a zpravodajství, televize a rádio, e-knihy a hudba. Speciální kategorií jsou tzv. chytrá zařízení (mobilní telefony a tablety), která se objevila na trhu s elektronikou na počátku roku 2013.

Přenosová média, jako jsou například gramofonové desky, VHS kazety, audiokazety, diskety a jiné, mají v současnosti pozici spíše historickou a jsou často pro uživatele spíše volnočasovým koníčkem, než běžným způsobem přenosu informací.

## 1.1 Tištěná média

Do této kategorie patří takové typy médií, které pro svůj koncový přenos k uživateli nepotřebují žádný další nástroj a zpravidla ani elektrickou energii. Řadím sem knihy, noviny a časopisy. Všechny tyto tiskoviny mají několik jednotících prvků.

Společným znakem je formát přenosu na papír a využívání psaných textů a fotografií (popřípadě obrázků). Drtivá většina tištěných médií má své obdoby v elektronickém formátu. Mezi kladné vlastnosti papírové podoby patří stálost informací, tradiční vnímání starší generací, u knih pak vyšší důvěryhodnost dat.

Tištěná média lze rozdělovat od první poloviny 19. století na: „*periodika pro vzdělanější čtenáře (tzv. seriózní noviny, resp. tisk kvality) a tituly pro široké masy (masový tisk)*“ (JIRÁK et. al., 2009, s. 66). Toto dělení zůstalo až do současnosti, kdy novinářské tiskoviny dělíme na *bulvár* (masový tisk), který vychází zpravidla ve velkém nákladu a přináší čtenáři krátké texty, opatřené senzačními titulky a pestrobarevnými obrázky a *seriózní tisk* (tisk kvality), které jsou často zaměřené na určitou skupinu čtenářů, měl by přinášet solidní informace, které nejsou založené na emocích. Příkladem seriózního tisku mohou být např. Hospodářské noviny, které přináší novinky zejména z ekonomiky a cílovou skupinou prodeje jsou předplatitelé ve finančně orientovaných firmách; dalším příkladem jsou Literární noviny – týdeník, zaměřený na kulturu, politiku a literaturu.

Z podobného úhlu pohledu lze dělit i vydávání knih. Kupříkladu Městská knihovna v Praze<sup>1</sup> dělí knihy do kategorie *naučných*, kam řadí monografie, příručky, výklady, studie, sborníky, učebnice atd. a do kategorie *beletrie*, kde nalezneme knihy pro různé věkové skupiny, řazené podle období vydání, jazyku originálu, poezii a prózu atd. V obou případech lze vybírat z různých témat knih, jako jsou například historie, fantasy, sci-fi, dívčí tematika, humanitní vědy aj.

### 1.1.1 Pozice tištěných médií

Současný trend komputelizace a tlak moderních technologií vytlačuje klasická (tištěná) média do ústraní. Profesor Jan Jiráček<sup>2</sup> se v knize Masová média zmiňuje o pozici knih a periodik takto: „*Přelom 20. a 21. století se odehrával ve znamení nástupu a rozvoje*

---

<sup>1</sup> Městská knihovna v Praze – veřejná univerzální knihovna pro Prahu, [www.mlp.cz](http://www.mlp.cz)

<sup>2</sup> Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D. – působí jako mediální expert na UK FSV a CEMES, jeho specializací je vývoj médií v ČR ve 20. století a stojí za rozvojem mediální výchovy na základních a středních školách

*internetových médií, tedy komunikačních prostředků založených na rozvoji telekomunikací a počítačových sítí. (...) Vedl také k oslabení pozice „tradičních“ médií, především periodického tisku a rozhlasu, a změnil i podobu televizního vysílání.“ (JIRÁK et. al., 2009, s. 68)*

I přes útlum vydávání si i v současné době uchovávají knihy v papírové podobě svou suverenitu, oproti svým elektronickým verzím. Těžko si lze představit jako běžný dárek blízkému příbuznému knihu ve formátu pro elektronické čtečky. Česká společnost je nedůvěřivá k nehmatatelným věcem a podobně jako u licencí k softwaru, tak i e-booky mají stále nižší prodejnost, než papírová vazba. Svědčí o tom i Zpráva o českém knižním trhu 2013/2014 z listopadu 2014, kterou vydal SČKN<sup>3</sup>, kde v části o Elektronických knihách uvádí tabulku, ze které vyplývá podíl prodeje e-knih na celkovém trhu knih pouhých 1,67 %. Blíže se elektronickým knihám věnuje v části 1.2.3.

Rok	Počet prodaných ks	Velikost trhu [mil. Kč]	Podíl na trhu knih [%]
2010	neměřitelné	–	0 %
2011	17 000	2	0,03 %
2012	200 000	24	0,38 %
2013	450 000	54	0,86 %
2014	1 000 000	120	1,67 %

Tab.č. 1 – zdroj: (SČKN, 2014, s. 20)

## 1.2 Elektronická média

Tato obsáhlá rodina médií plní významnou roli v současném informačním světě. Nejprve popíší společné znaky a v následujících částech 1.2.1 – 1.2.4 rozeberu vybraná elektronická média podrobněji.

Jednotícím prvkem pro rozhlas, televizi a internet je jejich současná digitalizace<sup>4</sup>. Rádio a televizi zná lidstvo již z přelomu 19. a 20. století. Ve svých počátcích se však jednalo o analogové vysílání. Technický rozdíl mezi digitálním a analogovým signálem není pro účely této práce nijak zásadní a nebudu se jím zabývat. Důležité jsou důsledky přechodu. Výhodou je hlavně stálá a povětrnostními vlivy neovlivnitelná kvalita přenosu (analogový přenos přinášel různé šумы a tzv. duchy, které se objevovali v TV a rádio vysílání například v případech silného větru). Další výhodou digitalizace je navýšení počtu signálů vysílaných v rámci jednoho pásma bez snížení kvality. Tedy možnost vysílat větší množství programů a rozhlasových stanic současně. Třetí zásadní výhodou

<sup>3</sup> SČKN – svaz českých knihkupců a nakladatelů

<sup>4</sup> Digitalizace TV a rozhlasu začala v roce 2000 a plošně byla ukončena na konci roku 2011

digitálního přenosu je možnost kombinování médií a jejich šíření pomocí jedné technologie. V praxi to vypadá tak, že si uživatel zaplatí u jedné společnosti základní balíček, který mu umožňuje sledování televize, poslech rádia, připojení na internet a k tomu telefonní služby – vše jedním datovým kabelem. Tato jednotnost zvyšuje dostupnost a pokrytí médií ve společnosti.

Dalším společným znakem elektronických médií je rychlost šíření. Ta je zároveň velkou výhodou oproti klasickým médiím. Zatímco novinář v regionálním tištěném deníku musí čekat na zveřejnění informace do dalšího dne (za předpokladu, že neexistuje internetová mutace deníku), novinář internetového zpravodajství může zveřejňovat tiskové zprávy stisknutím jednoho tlačítka okamžitě.

### 1.2.1 Rozhlas

Rozhlasové vysílání neboli rádio se řadí mezi první elektronická média na světě. Počátky využití pro veřejnost se datují do první čtvrtiny 20. století a do českých zemích se dostalo rozhlasové vysílání jen o rok později než například vysílání ve Velké Británii. Jeho širší využití z hlediska ovlivňování velkého množství lidí našli politickomocenské boje v období obou světových válek, jak uvádí Jiráček v literatuře: *„Pro první polovinu 20. století je neodmyslitelný z hlediska vývoje médií nejen nástup komerčně úspěšné kinematografie (...) a rozhlasového vysílání, ale také systematické využití médií jako propagandistického nástroje masové povahy nejprve v první světové válce, pak v sovětském Rusku (a SSSR) a v hitlerovském Německu.“*

Poslech rádia si i přes rozvoj televizních stanic a internetových hudebních médií stále zachovává svou suverenitu, i nadále si najde své posluchače při jízdě autem, v kanceláři a všude jinde, kde člověk vyžaduje audiovizuální kulisu, ale podmínky mu nedovolují pustit si televizi.

### 1.2.2 Televize

Komerční využití televize pro sdílení informací se datuje do 30. let 20. století. Po 2. světové válce byl televizor součástí velkého množství domácností a sledování televizních pořadů se celkem rychle stalo společenskou událostí, kdy se u zábavných a důležitých pořadů setkávala celá rodina, potažmo i sousedé, kteří televizi nevlastnili.

Výhody televizního vysílání lze registrovat v komplexnosti druhů vjemů, skrze se informace dostává ke konzumentovi. Oproti tisku a rádiu dokáže kombinovat různé

vysílané signály pro člověka a tím zvýšit míru obohacení. Vycházím z předpokladu, že efektivita zapamatování si informace u člověka roste spolu s množstvím smyslů, kterými danou informaci vnímá. Pokud tedy posloucháme, čteme a vidíme informaci v televizi, je větší pravděpodobnost, že si jí člověk zapamatuje, než když o informaci pouze uslyší v rádiu.

Této výhody využívají televizní média ve zpravodajském, ale i v reklamním vysílání. Právě televizní reklamy sebou přináší velká rizika pro zadavatele, ale i pro konzumenta. Pokud zadavatel reklamy vysílá informace příliš často, může dojít k přehlcení konzumenta a pak ztrácí reklama smysl. Riziko pro konzumenta přichází ve chvíli, kdy reklama odporuje legislativě České Republiky<sup>5</sup> a je klamavá, podprahová nebo skrytá. Může jednoduše přijít moment, kdy se namísto ovlivňování reklamou jedná o manipulaci.

O negativních vlivech televizního vysílání se zmiňuje Petr Sak ve své knize *Proměny české mládeže: „Stále větší výhrady mají i odborníci, především psychologové, pedagogové a kriminologové. Ukazuje se, že televizní vysílání má značný vliv na děti a mládež, která tráví denně několik hodin sledováním televize. U dětí a mládeže je sledování televize je nejčastější aktivitou volného času.“* (SAK, 2000, s. 180) Vzhledem k roku vydání publikace si dovoluji potvrdit slova autora dokumentem, který monitoruje děti a mládež z roku 2013 a tím je Zpráva o mládeži 2013<sup>6</sup>, ve které se uvádí, že: *„Nejrozšířenější činností ve volném čase obecně je v případě dětí ve věku 13-15 let podle výzkumu Hodnotové orientace dětí ve věku 6-15 let sledování televize, kterou každý všední den alespoň chvíli sleduje 72 % dotázaných a několikrát týdně se na televizi dívá 92 %.“* (MAŘÍKOVÁ , 2014, s. 38) Jako typický příklad televizní stanice s velkým množstvím negativních jevů udává Sak televizi Nova (zmiňuje ji v roce 2000, negativní jevy však můžeme sledovat v televizi obecně do současnosti), v jejíž vysílání divák zaznamenává vulgární sexistické narážky, jednoduché násilné pořady, hloupé reklamy, podceňující divákovu inteligenci. Srovnání se (SAK, 2000, s. 181)

---

<sup>5</sup> O zakázaných praktikách reklamy se zmiňuje § 2 předpisu č. 40/1995 Sb. Zákona o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>6</sup> Zprávu o mládeži 2013 vydalo Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy jako koncepční dokument pro nastavení národní politiky v oblasti dětí a mládeže pro období 2014 - 2020

### 1.2.3 E-knihy

Elektronický formát knih je znám spolu s rozvojem výpočetní techniky v druhé polovině 20. století, masového rozvoje se tento formát dočkal až s příchodem milénia. Jedná se o elektronický ekvivalent ke klasickým knihám. Oproti tištěné podobě je nutné vlastnit zařízení, které elektronický formát knihy dokáže zobrazit – hovoříme pak o tzv. čtečkách elektronických knih. Nespornou výhodou e-knih je úspora místa v knihovně doma, nebo v příruční tašce a bezproblémová distribuce knihy ve směru vydavatel – čtenář. Nevýhodou elektronického formátu je již zmíněná nutnost dalšího zobrazovacího zařízení, další nevýhody jsou spíše citového charakteru – e-kniha nestárne, neponičí se, nevoní po tisku a nelze je sbírat do knihovny kvůli přebalu knihy.

### 1.2.4 Internet

Médium s velkým potenciálem, který se již částečně naplnil, se nazývá internet. Moderní společnost internet zná v různých formách a podobách od 60. let 20. století. Do ČSFR se internet dostal na počátku roku 1992. Podobu, jakou dnes zná celý svět, včetně České republiky si internet získal přibližně v roce 2004, kdy se hovoří o přestupu na tzv. Web 2.0. Zásadní rozdíl oproti verzi 1.0 je v dynamice obsahu. Zatímco do roku 2004 jsou standardem statické stránky, které si koncový uživatel pouze čte, web 2.0 přináší nový rozměr dynamiky obsahu, který tvoří sami uživatelé internetu. Typickým příkladem takových stránek jsou sociální sítě, blogy a otevřené encyklopedie (označovány jako Wiki-software). Aktuální a důležité funkce internetu pro běžnou populaci jsou: prohlížení webových stránek, e-mailová komunikace a instant messaging<sup>7</sup> spolu se sociálními sítěmi.

V současné době je internet velice rozšířený a možnosti míst, kde se lze připojit neustále roste.<sup>8</sup> Rozšířené možnosti jsou: připojení v domácnosti, ve škole či v práci, připojení od mobilních operátorů, volné a placené Wi-Fi sítě na veřejných místech.

## 1.3 Chytrá zařízení

Jak předesílám v úvodu této kapitoly, mobilní (přenosná) zařízení využívající mobilní operační systém jsou specifickou kategorií médií, protože se dají zařadit jak do

---

<sup>7</sup> Nástroj internetu, který umožňuje uživateli poslat jinému uživateli zprávu, která se mu zobrazí okamžitě

<sup>8</sup> Srovnání s daty českého statistického úřadu - (ČSÚ, 2015)

elektronických médií, tak do kategorie internet, protože zásadní funkcí těchto zařízení je zprostředkování internetového připojení v terénu. Dostupnými (finančně a jednoduchostí ovládání) se tato zařízení stala až po roce 2010 a nejznámějšími systémy jsou iOS (Apple), Android a Windows Mobile. Výhodou oproti zařízením bez operačních systémů je množství aplikací a nástrojů pro uživatele.

Pod označením chytré zařízení si můžeme vedle mobilních telefonů a tabletů představit i další zařízení, která můžeme smartphony<sup>9</sup> ovládat, např. televize, světla v bytě, tiskárna, nebo kávovar. Možností ovládání zařízení telefonem přibývají a už dnes moderní architekti navrhují bytové jednotky určené pro život s chytrými zařízeními.

Důvodem proč zaznamenávají tato zařízení takovou oblibu u mládeže je univerzálnost a rychlost zařízení. Jedna technologie nabízí prohlížení webu, účast na sociálních sítích, e-mailovou komunikaci, běžnou telekomunikaci a pořizování audiovizuálních záznamů bez nutnosti využívat jiná zařízení, což přináší rychlost. Tyto důvody korespondují s potřebami generace Z<sup>10</sup>. Zároveň dodávám, že chytrá zařízení jsou jednou z podmínek fenoménu online 24/7 – tedy možnosti být připojen k internetu kdykoliv a kdekoliv.

---

<sup>9</sup> Anglický název pro chytré mobilní telefony užívaný i v češtině

<sup>10</sup> Více o generaci Z v kapitole 2.2

## 2 Specifika současné generace dospívajících

Kapitola je věnována popisu dětí a mládeže v období dospívání. Hluběji pojednává o současné generaci dospívajících, z čehož vychází specifika této generace oproti těm předešlým a v čem se liší jejich schopnosti a dovednosti.

### 2.1 Pojem dospívání

Věk dospívání lze pojmut z několika různých pohledů. Všechny se v zásadě shodují na tom, že se jedná o mezistupeň, mezi statusem dítě a dospělý.

O biologickém pohledu na toto období se zmiňuje NICM<sup>11</sup>: *je to období mezi 12. a 15. rokem života jedince. Tato fáze vývoje je typická prudkými hormonálními změnami, což má za následek rozvoj druhotných pohlavních znaků. Tyto hormonální změny mají taktéž vliv na psychiku. Dospívající je více emočně labilní a pod větším tlakem, který doposud nemusel poznat. Každý jedinec reaguje zpravidla jinak a projevem může být větší uzavřenost, nebo naopak zvýšená impulzivita v jednání a reakcích na své okolí.* Srovnání s (NICM.cz, 2014)

Z hlediska vývojové psychologie píše profesorka Marie Vágnerová ve své knize Základy psychologie toto: *„dospívání je obdobím emancipace ze závislosti na rodině, to znamená i z podřízenosti normám a hodnotám světa dospělých. Takové osamostatnění je předpokladem další diferenciaci v oblasti sociálního chování, přijetí nových rolí a vyjasnění vztahu k normám a hodnotám různých skupin.“* (VÁGNEROVÁ, 2005, s. 281) Během tohoto období jedinec začíná kriticky myslet a začíná si na základě vnějších podnětů vytvářet hodnoty, které bude v dospělosti zastávat. Zásadní roli při tomto procesu hraje přítomnost médií, technologií a reklamy. Rozhodování mladého člověka je determinováno společenským tlakem, jehož nositelem jsou právě i technologie, skrze které přistupují k dospívajícím. Jedním z výsledků dospívání je podle Vágnerové moment, kdy: *„dospělý člověk dovede podřídit své osobní potřeby sociálně významnějším hodnotám i ohledům na jiné lidské bytosti.“* (VÁGNEROVÁ, 2005, s. 281) Naráží tedy na to, že po úspěšném procesu dospívání potlačuje svůj osobní prospěch a růst na úkor vyšších principů a potřebám druhých bez ohledu na vlastní znevýhodnění.

Dalším rozměrem dospívání je i vliv sociálních skupin a přijímání rolí, které jsou pro danou skupinu běžné. Dodržování těchto rolí se řídí buď formální představou (občan

---

<sup>11</sup> NICM – národní informační centrum pro mládež, organizace realizovaná MŠMT



ČR se chová podle právních norem, žák se řídí školním řádem apod.), nebo neformální představou společnosti, kdy se v určitých situacích požaduje standardizované chování. V případě, že se tak jedinec nechová, společnost ho donutí k nápravě omezením benefitů, vyplývajících z role, nebo vyřazením ze skupiny. Příkladem pro neformální role jsou například přátelské vztahy, soužití milenců, nebo očekávaná solidarita bohatých k chudým.

Problém nastává v momentě, kdy se od jedné role očekávají různé vzorce chování. Téma společenských rolí zajímavě shrnuje Petr Sak v knize *Proměny české mládeže* a k tomuto problému přikládá názorný příklad: *„Role žáka obsahuje očekávání spolužáků, že bude napovídat a dá spolužákovi opsat výsledek testu. Požadavky ze strany školy jsou opačné. Zvládnutí role předpokládá orientovat se v různých požadavcích na roli a ve struktuře požadavků aktuálně preferovat ty, které jsou z různých důvodů momentálně nejvýznamnější.“* (SAK, 2000, s. 44) Orientace v sociálních rolích úzce souvisí s přijetím skupinové identity, na základě které si vytváří člověk svou suverénní identitu v dospělosti. Společným znakem členů skupiny je však přizpůsobování se celku především ve vnějších znacích, jako je například značka oblečení, oblíbená hudba, příslušnost k subkultuře, nebo aktivní život ve stejných sociálních sítích. Tomuto jednání se říká konformita.

S vývojem společnosti a zkracováním pracovní doby vstupuje do života dospělých a mládeže více volného času, ten plní podle Saka: *„především funkce relaxační, rekreační a rozvojovou.“* (SAK, 2000, s. 132) Dále však uvádí, že volný čas plní funkce pro rozvoj společnosti. Jako příklad uvádí fenomén komputelizace populace, kdy zprvu přístup k výpočetní technice měl formu koníčků mladších skupin ve volném čase a teprve po nějakém čase se informační technologie masově rozšířily do běžného pracovního a volnočasového života české společnosti. Srovnání s (SAK, 2000, s. 132).

O tom, jakou hrají roli technologie u současné generace dospívajících oproti generacím předešlým, se věnuji v následující části.

## 2.2 Dospívající dnes – generace Z

Současná generace dospívajících – tedy dětí a mládeže ve věku 11-16 let – se narodila mezi léty 1999 a 2004 a řadí se do širší generace **Z**. Australský server *generationZ.com* popisuje generaci Z jako *globální, sociální a vizuálně technologickou*. Jsou nejvíce propojenou, vzdělanou a sofistikovanou generací vůbec. Jsou inovativní a

*mají velký vliv na korporátní značky, řídí moderní sociální média a sítě a jsou vůdci současné pop-kultury. Je jich téměř 2 miliardy a mluví o sobě jako o někom, kdo nejen představuje budoucnost, ale sami jí tvoří. Srov. s (GenerationZ, 2015)<sup>12</sup>*

Narodili se do doby, kdy je internet, komerční televize a moderní reklama běžnou součástí života. To má za následek, že tyto nástroje berou jako standardní vybavení a s užíváním těchto technologií se sžívají od útlého věku a vžil se pro ně termín *Digital Natives*, neboli Digitální domorodec a poprvé tento pojem použil americký spisovatel Marc Prensky<sup>13</sup> ve své práci *On the Horizon* z roku 2001. Vedle domorodců žije i starší generace Digitálních imigrantů, kteří se narodili v analogovém světě a s digitální technikou se buď nesžili, nebo se s ní naučili pracovat, ale i přesto je jim toto prostředí cizí. Srovnání s (PRENSKY, 2001) Prensky se v článku dále zmiňuje, že domorodec se zpravidla spokojí s nepříliš podrobnou informací a místo kvality mu jde spíše o kvantitu. Nenachází v informacích souvislosti, což si odůvodňuje tím, že všechny informace jsou vždy a snadno dostupné na internetu.

### 2.2.1 Multitasking

Dalším znakem současné generace dospívajících je tzv. Multitasking<sup>14</sup>, jedná se o termín, který přejala humanitní vědy od IT technologie. Jedná se o vlastnost moderních operačních systémů (Windows, Linux), která zabezpečuje vykonávání několik procesů najednou. Pro uživatele to ve výsledku vypadá tak, že může mít na svém osobním počítači spuštěno několik aplikací zároveň a aktivně mezi nimi přepínat (např. internetový prohlížeč, textový editor, hudební přehrávač, e-mailový klient atd.). Ve starších systémech (např. MS-DOS) lze pracovat s jedním programem a pokud chce uživatel pracovat na něčem jiném, je potřeba práci uložit, vypnout program a spustit nový, vlastnost takového systému se jmenuje singletasking<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> Přeloženo z originálu: „Gen Z is part of a generation that is global, social, visual and technological. They are the most connected, educated and sophisticated generation ever. They are the up-agers, with influence beyond their years. They are the tweens, the teens, the youth and young adults of our global society. They are the early adopters, the brand influencers, the social media drivers, the pop-culture leaders. They comprise nearly 2 billion people globally, and they don't just represent the future, they're creating it.“

<sup>13</sup> Marc Prensky – nar. 1946, je americký spisovatel působící na poli vzdělávání. Po studiích na univerzitách v Yale a Harvardu napsal celou řadu knih a referátů týkajících se vzdělávání a moderních médií, je také znám svými přístupy využívajících her ve vzdělávání.

<sup>14</sup> z anglických slov Multi= mnoho a task= úloha, do češtiny lze přeložit jako schopnost vypracovávat více úloh najednou

<sup>15</sup> Z anglických slov Single= jednotlivý a task= úlohy, do češtiny lze přeložit jako schopnost pracovat s právě jednou úlohou najednou

Stejně fungují tyto pojmy i v popisu kognitivních procesů u lidí. Zatímco u generací, které vyrůstali před computerizací společnosti, bylo standardní pracovat současně na jednom zadání, generace Z umí v jednu chvíli vykonávat několik úkolů současně. Zároveň má problém v momentě, kdy má za úkol pouze jednu činnost a musí se koncentrovat jedině na ní. Multitasking lidského mozku funguje od počítačů odlišně. Zatímco počítačový procesor vypočítává v jednom okamžiku miliony operací, lidský mozek pouze přepíná mezi jednotlivými otázkami. V praxi multitaskerovi přijde, že dokáže dělat několik věcí najednou.

Multitasking má několik očividných výhod, lze tak v krátkém čase obsáhnout větší množství informací a lze stihnout více práce a činností najednou. Oproti tomu přichází nevýhody: nižší kvalita a zvýšená chybovost při vypracování úloh.

S tímto termínem je úzce spojený fenomén tzv. mediálního multitaskingu. Jedná se o vnímání a práci s několika médii současně, jak taková činnost vypadá, popisuje respondentka z výzkumu, který byl použit v příspěvku na konferenci Kniha ve 21. století: *„Michaela: Keď si dnes aj TV zapnem, takmer nikdy nie som stopercentne sústredená len na to, čo sa deje na obrazovke. Je takmer zvykom, že popri tom robím milión iných vecí, medzi ktoré patrí napríklad Facebook, prezeranie si stránok na internete, komunikovanie s niekým alebo dokonca práca na veciach do školy.“* (RANKOV, 2014, s. 145)

### 2.2.2 Digitální hyperaktivita

Potřeba sdílet osobní život na sociálních sítích, být neustále online, naplňování touhy po tom, být zahlcen informacemi, prvotně hledat odpovědi na otázky na internetových zdrojích – to popisuje pojem *digitální hyperaktivita*. Přístupnost technologií, snadné ovládání a reklamní tahy médií se podbízí všem. Právě jednoduchá, dynamická a rychlá řešení jsou důvodem, proč současná společnost tak často sahá po digitálních zdrojích a formách komunikace. Problematický může být tento přístup v momentě, kdy se vytratí kritický pohled na přijímané informace a nabývá množství sdílených informací na internetu do obsahu a důležitosti, kdy ohrožuje jedinec své zdraví a bezpečnost. V této chvíli se dá mluvit o závislostním chování na internetu.

Pro program primární prevence *e-bezpecí.cz* napsala Mgr. Pavla Sekničková článek, opírající se o zkoumání chování na internetu u dětí na 2. stupni základní školy v Olomouci. V textu se zmiňuje o výhodách, které mladí uživatelé vidí v trávení svého volného času na internetu: *„Dítě si uvědomuje, že v reálném světě je určitým způsobem*

*omezováno. V reálném životě nemůže vystupovat jako 'lolitka24'. V reálném světě je to dívka se jménem Lucie, které je 14 let, chodí do deváté třídy, nosí rovnítky, obnošené oblečení a má pouze jednu kamarádku, se kterou může jít ven. Ve virtuálním světě je však někdo jiný. Tady se může proměnit v 24letou sebevědomou ženu, může mít spoustu on-line přátel, prožívat první lásky apod. Internet je častým únikem z reality.“ (E-BEZPEČÍ, 2012)*

### 3 Vliv médií na dospívající

Tato kapitola se zabývá dopady působení médií na dospívající. Na základě odborné literatury a šetření zachycují dvě kategorie – ty kladné i záporné dopady. Některé popisované vlivy lze i spojit buď s dětmi, nebo dospělými. Výběr je však stanoven tak, že se vždy týkají dospívající generace.

U některých médií, zejména těch moderních, nelze naprosto přesně popsat celkový vliv na dospívající, protože zde tato média nejsou tak dlouho, aby bylo možné pozorovat určité změny. Těžko lze například posoudit, jaký bude mít dopad na dospívající v dospělosti využívání služby Instagram, když byl spuštěn v roce 2010.

Pokud se chceme zabývat vlivem médií, je nutné si uvědomit, že se tak může dít na úrovni celé společnosti (která druhotně ovlivňuje jedince), nebo na úrovni jedince, nebo malé sociální skupiny. V této kapitole se budu věnovat především vlivům na jedince. Zároveň se v této kapitole budu držet rozdělení z publikace Masová média, jak je uvádí Jiráček a Köpplová v kapitole 5.3

#### 3.1 Kognitivní působení

Média mají nepochybně pozitivní vliv na poznávací proces dospívajícího. Skrze média přijímá nové informace a souvisle se tak připravuje na dospělost. Nebýt knih, odborných časopisů, filmů a internetových zdrojů, nelze předpokládat tak efektivní způsoby učení, jaké známe dnes. Dalo by se namítat, že neseriózní informace, lži a nepřesné výroky v médiích nepřinášejí pozitiva. Pozitivní vliv přináší schopnost kritického myšlení, která je předávána dospívajícímu výchovou rodičů, ale především základním vzděláním ve škole. Pomocí kritické selekce, porovnávání informací z několika zdrojů můžeme dospět k pozitivnímu vlivu médií na učení.

#### 3.2 Postojové působení

Pro období dospívání je důležitý rozvoj identity. Ta se v období puberty vytváří a během tohoto procesu se opírá o skupinovou identitu. „Čím je identifikace se skupinou intenzivnější, tím větší je potřeba konformity k jejím hodnotám a normám, resp. i snaha o viditelné vyjádření skupinové příslušnosti.“ (VÁGNEROVÁ, 2000, s. 226) Jedinec přijímá postoje a názory skupiny, kterou determinují zase média a tlak společnosti. Skupina, od které jedinec přejímá postoje a názory komunikuje skrze moderní média (internet, chytrá zařízení). Médium se tak stává potřebným nástrojem pro vytváření

postojů a názorů, zároveň mají mediální skupiny unikátní možnost zasahovat do názorové integrity jedince pomocí reklam v médiích, skrz která komunikuje.

### 3.3 Emocionální působení

*„Na vzniku emočních prožitků se spolupodílí tři různé systémy, které ovšem fungují integrovaně a koordinovaně: (...) 3. Projekční části mozkové kůry jsou důležité pro další zpracování a vyhodnocování významu emočních reakcí, např. náhlý zvuk vyvolá úlek...”* (VÁGNEROVÁ, 2005, s. 144) Vnější podněty mají přímý vliv na naše emocionální projevy, média, jakožto nositel vnějších podnětů, mají vliv na emoční prožívání.

Vliv na emoce v hlubším a dlouhodobějším slova smyslu mají média v ohledu citlivosti na určité situace. Jiráček se vyjadřuje takto: *„Je-li někdo často a dlouhodobě vystavován emocionálně vzrušivým podnětům (např. sleduje-li často násilné filmy a televizní seriály) může údajně vůči těmto podnětům ‘okorat’, může si na ně zvyknout”* (JIRÁK et. al., 2009, s. 359)

S tímto tématem vlivů úzce souvisí téma vlivu násilných her a filmů na mládež. Například primář Bohnické léčebny Karel Nešpor se vyjadřuje ve své studii z roku 2007 tak, *„že násilí v médiích, včetně televize a počítačových her, zvyšuje z krátkodobého hlediska více agresivitu u dospělých než u dětí, z dlouhodobého hlediska naopak ale více agresivitu u dětí než u dospělých. Zdá se, že nejnebezpečnější formy násilí v počítačových hrách jsou ty, které může dospívající v reálném životě snadno napodobit. Např. bodnutí nožem v takové hře představuje pro okolí dospívajícího větší riziko než používání interkontinentálních raket.”* (NEŠPOR, 2007, s. 247-48) Téma vlivu násilí v médiích na agresivitu je často diskutované a dají se na něj nalézt často protichůdné názory.

### 3.4 Fyziologické reakce na média

Fyziologické reakce na média nejsou odlišné od reakcí na jiné podněty. Média si jsou však vědoma biologických procesů lidského těla a tak dokáží své mediální produkty vytvořit tak, aby divák reagoval podle představ tvůrců. Fyziologické projevy emocí mají často schopnost přenosu na jiné jedince ve skupině. Podobně fungují i mediální produkty. Pokud například divák sleduje napínavý horor, může u něj vyvolat podobné pocity, jaké zažívá hlavní postava, nebo když čtenář čte romantickou knihu a hlavní postava, se kterou se sžil, zemře, může to vyvolat smutek a pláč.

### 3.5 Behaviorální působení

Vliv médií na chování lidí vnímám jako zcela zásadní. Jedná se totiž o funkci, kterou využívají různé společnosti v reklamách, které nám mnohdy podsouvají, jak bychom se měli chovat. Mimo informačního charakteru reklamy vidíme i rozměr cíleného ovlivňování spotřebitele. Příkladem mohou být reklamy na zubní pasty, kterým vévodí vrstva pasty na celé ploše kartáčku na zuby, zatímco Česká stomatologická komora doporučuje užívat pastu v množství třetiny až poloviny pracovní plochy kartáčku. Srovnání s (ČESKÁ STOMATOLOGICKÁ KOMORA, 2003, s. 1). Cílem takové reklamy je umělé zvyšování užívaného množství pasty a tím zvýšení prodeje výrobku.

Závažnějším působením na chování lidí může být sekundární viktimizace obětí trestných činů po tom, co o události napíší média. Tímto termínem se zabývá Encyklopedie sociální práce a zmiňuje, že jedním ze zdrojů další újmy po trestném činu je: „*sociální prostředí (bulvární tisk zveřejní podrobnosti o znásilnění oběti, rodiče vyčítají zneužitému dítěti lehkomyšlné chování atd.)*“ (MATOUŠEK a kol., 2013, s. 358) Tímto aktem oběti nejen připomínají traumatický zážitek, ale může dojít k ovlivnění chování společnosti k oběti.

Typickým ovlivňování chování médií u dospívajících je fenomén fyzických vzorů. Během vytváření identity jsou chlapci i dívky ovlivňovány mediálními hvězdami, které často určují ideál krásy a módy. Příkladem může být riziko mentální anorexie, která vychází ze společenského tlaku módních přehlídkových mol a především dívky jsou tak frustrované a narušují své stravovací návyky.

### 3.6 Kyberšikana

Do tématu působení médií na dospívající nepochybně patří elektronická forma šikany. Kyberšikana je specifická tím, že agresor využívá elektroniku. Jedním z typů je forma, při níž je kyberprostor přímým nástrojem šikany – např. oběť je vyfocena v nelichotivé pozici a fotografie je následně rozesílána mezi spolužáky a kamarády. Druhým typem je využití moderních technologií jako nástroj pro zviditelnění klasické formy šikany – např. natočení chování agresora šikany k oběti na mobilní telefon a jeho následné sdílení na internetu.

V obou případech je nebezpečným faktorem velikost internetového světa. Elektronický materiál se šíří velice rychle díky fenoménu sociálních sítí a jednoduchosti

sdílení fotek a videí. Problematický je i fakt, že pokud zanecháme elektronickou stopu na internetu, nelze se jí zbavit a je kdykoliv více, či méně dohledatelná.

Pro oběť takové šikany většinou není prostor k úniku. Kybersvět<sup>16</sup> jedince dostihne ve škole, v práci, doma, nebo na ulici, když ho pozná naprosto cizí člověk, ke kterému se dostal obrázek na internetu.

Určitou výhodu mají i agresori, zmiňuje se o ní Vanessa Rogers v pracovním materiálu o kyberšikaně: „...agresori mohou zachovat určitý odstup od svých obětí, ten jim umožňuje jistou dávku anonymity a představu bezpečí, která je ujišťuje, že na ně nikdo nepřijde. Zároveň je pro ně snazší „zapomenout“ na své chování a minimalizovat pocity viny, neboť nevidí způsobené újmy.“ (ROGERS, 2011, s. 32)

---

<sup>16</sup> Kybersvět = elektronický, virtuální svět



## 4 Využití moderních technologií v procesu výchovy dospívajících

Moderní technologie pochopitelně neslouží jen k zábavě a využíváme je nejen ve volném čase. S novými technologiemi se setkává dospělá populace v pracovním procesu a tak je nasnadě, že se využívají i v klasickém a zájmovém vzdělávání. Buď jako nástroj pro vyučování jiných předmětů, nebo přímo ke vzdělávání v oblasti výpočetní techniky. První podkapitola je věnována právě školství, v další se zabývám vzdělávání v oblasti prevence sociálních sítí a života na internetu, poslední části teoretické části práce více rozvinu vliv a problematiku reklamy vs. dospívající.

### 4.1 Nástroje ve školách

Technologický vývoj přináší do vzdělávání stále nové možnosti výuky. Ve stručnosti se zmiňuji o následujících technologiích, které se dají v pedagogice druhého stupně základních a v prvních ročnících středních škol využít: dataprojektor, práce na počítačích, tablety, Moodle a interaktivní tabule. Využívání moderních technologií se více přibližuje potřebám a životnímu stylu mládeže. Dá se předpokládat, že pokud učitel využije k vysvětlení látky moderní technologii, bude mít od žáků větší pozornost a tím pádem se proces učení zefektivní.

#### 4.1.1 Dataprojektor

Jedná se o zařízení pro promítání výstupu z počítače na větší plochu. Výhodou je, že na obraz vidí všichni žáci, lze rychle měnit předem připravený obrazový materiál a použít filmové materiály. Zároveň dovoluje dataprojektor učiteli zadávat žákům za úkol přípravu prezentace referátu promítané na plátno. Zvládání takového přednesu před skupinou lidí je jednou z klíčových kompetencí pro některá budoucí povolání.

#### 4.1.2 Práce na počítačích

Hodiny zaměřené na vzdělání v oblasti IT<sup>17</sup> jsou nedílnou součástí výchovy. Generace Z sice vyrůstá s technologiemi a často se stává, že se v nich vyznají více, než starší generace, ovšem většinou se jedná o povrchové znalosti na uživatelské úrovni. Učitel se specializací na IT je schopen žákům předat náležité znalosti a kompetence pro řešení složitějších zadání. Učitel s jinou specializací, který počítače pouze využívá jako

---

<sup>17</sup> IT = informační technologie

nástroj pro svůj předmět, přináší do vzdělávání v oblasti médií své zkušenosti a znalosti kritického přístupu k informacím

#### 4.1.3 Tablety

Téma tabletů do škol přišlo spolu s operační výzvou ministerstva školství v roce 2014. Objevovali se různé názory pro a proti zavádění této technologie, též se komentovala smysluplnost tohoto kroku. Posuzovat výhody, nevýhody a přínos tohoto projektu je vzhledem k datu zavedení předčasné. Mezi výhody bude určitě patřit jednotná úroveň znalosti práce s tablety, práce s tablety v hodinách přinese také nové výzvy v metodách výuky. Za negativní se dá považovat navyšování stráveného času mládeže s moderní technologií v souvislosti s výskytem civilizačních chorob, jako je například nadváha, nebo poruchy zraku.

#### 4.1.4 Moodle

E-learning je doménou spíše pro vysokoškolský, nebo kurzovní systém výuky. Základem je systém (nejčastěji právě Moodle), který poskytuje tvůrci kurzů jednoduše zpracovat elektronické formy svých přednášek a úkoly pro účastníky na webové stránce, dále možnost vytvářet automaticky generované e-maily. Předpokladem pro funkčnost e-learningu je touha po vzdělání a chuť se naučit něco nového. Zpravidla totiž student otevírá webovou stránku doma. Pomáhá tomu i koncepce vyučování, která například vychází z přečtených materiálů a domácí přípravy. E-learning není běžným nástrojem vzdělávání dospívajících, osobně však nevidím technické a jiné praktické překážky v provozu tohoto systému.

#### 4.1.5 Interaktivní tabule

Interaktivní tabule je kombinací výhod dataprojektoru a tabletů. Jedná se o velkou plochu, kterou vidí všichni žáci ze třídy, na kterou je možné psát a malovat, na což reaguje počítačový program a na základě potřeb tuto interakci vyhodnocuje. Jedná se o velkou dotykovou obrazovku, kterou lze ovládat speciálními nástroji, nebo pouze rukou. Dosavadní nevýhodou této technologie je její vysoká pořizovací cena, to se ministerstvo školství prozatím snaží kompenzovat projektovými výzvami. Původně byla interaktivní tabule vyvinuta jako nástroj pro speciální pedagogiku za účelem lepší orientace a učení pro žáky se speciálními vzdělávacími potřebami (tedy pro mimořádně

nadané žáky a žáky se specifickými poruchami učení). Školy tedy mohou žádat dotace na interaktivní tabule (jako speciální pomůcku) i z jiných zdrojů.

#### 4.2 Sociální sítě a internetové poradenství

Kybersvět je pro část dospívajících přirozené prostředí, kde se cítí sami sebou a cítí bezpečí. Po vzoru terénní sociální práce s mládeží, která: „*používá metody kontaktní práce v přirozeném prostředí cílové skupiny dětí, dospívajících a mladých dospělých a s prostředím, v němž se pohybují a vytvářet podmínky k jejich sociálnímu začlenění.*“ (MATOUŠEK a kol., 2013, s. 472), provozují některé neziskové organizace a jiná uskupení programy, které se snaží nabídnout své služby klientům v jejich přirozeném prostředí – tedy v kybersvětě. Sociální sítě (chatovací místnost, Facebook, ask.fm) nejsou zpravidla bezpečným prostředím, kde by se dala sociální služba nabízet<sup>18</sup> a tak přišla potřeba vytvořit bezpečné prostředí, které zaručí klientovi záruku anonymity a jistotu toho, že se informace, která vloží do kyberprostoru, nezneužijí.

Koncem roku 2006 zahájilo sdružení Linky bezpečí on-line službu chatu. Vedle telefonické a e-mailové komunikace mohou děti a mládež využívat chat k řešení svých potíží. Pro vstup do rozhovoru je potřeba, aby se klient registroval. Služba je v současné době dostupná každý den minimálně 4 hodiny. Zajímavou funkcí, kterou LB nabízí je tlačítko „*Schovej mě*“, které je dostupné v pravé části obrazovky. Toto tlačítko okamžitě přesměruje stránku na jiný web a klient ho může použít v momentě, kdy by cítil ohrožení ze strany okolí.

Česká asociace streetwork<sup>19</sup> spustila v roce 2012 projekt Streetwork online, jehož hlavní součástí je webové rozhraní „Jdi do klubu“<sup>20</sup>. Cílem je vytvořit funkční webové rozhraní, které by mohli využívat nízkoprahové kluby, registrované v ČAS. Pro klienta je server „Jdi do klubu“ prostředí, kde nalezne aktuální informace, poplatné jeho potřebám, zajímavé články, soutěže, možnost zapojení se do lokálních projektů a má

---

<sup>18</sup> Příkladem může být například výňatek z Prohlášení o právech a povinnostech od facebook.com kde se mimo jiné píše, že: „*Pro obsah chráněný právy k duševnímu vlastnictví, jako jsou fotografie a videa (obsah podléhající duševnímu vlastnictví, DV), nám výslovně udělujete následující oprávnění, v souladu s vaším nastavením soukromí a nastavením aplikací: udělujete nám nevýhradní, přenosnou, převoditelnou, celosvětovou bezúplatnou (royalty-free) licenci na použití veškerého obsahu podléhajícího DV, který zveřejníte na Facebooku nebo v návaznosti na něj (Licence k DV). Tato licence k DV končí, jakmile svůj obsah podléhající DV odstraníte ze svého účtu, s výjimkou případů, kdy jste tento obsah sdíleli s ostatními (pokud jej také oni neodstranili).*“ (FACEBOOK, 2015) kapitola 2.1

<sup>19</sup> Dále jen ČAS

<sup>20</sup> Dostupné z [www.jdidoklubu.cz](http://www.jdidoklubu.cz)

možnost využít online chatu se sociálním pracovníkem, který mu pomůže s jeho zakázkou.

Online poradenství a sociální služby si stále nachází své místo v legislativě České Republiky. Je však otázkou relativně krátkého času, kdy bude online sociální služba zakotvená v zákonech, vzhledem k podmínkám okolních států EU.

#### 4.3 Reklama

*„Reklama je nejen ekonomicky významným odvětvím současnosti, ale stává se i součástí životního stylu a faktorem, který ovlivňuje jeho podobu“* (JIRÁK et. al., 2009, s. 140) Je to právě životní styl, který ovlivňuje dospívající v období utváření identity. Reklama má tak nepopiratelný vliv na vývoj dospívajících. Je nástrojem společností k propagaci svých značek a produktů. Míra přesvědčení publika reklamou je úměrná míře suverénní identity jedince. Mládež v období dospívání je tak celkem lehce ovlivnitelná reklamou. *„Reklama sama se stala součástí každodenního života, dotváří sociální a kulturní prostor, v němž se člověk pohybuje,“* (JIRÁK et. al., 2009, s. 140) Reklamní výrazy a vzory se často dostávají do běžné komunikace a celkem nenápadně ovlivňují naše chování. Za příklad vezměme například reklamu na oplatku Fidorka, která přišla se sloganem: „ Když musíš, tak musíš“, který doprovází situaci, kdy dívka rozbíjí sklo u auta, což může být chápáno jako podprahové navádění dětí, že je toto chování správné. Takové konání je ze strany zadavatele reklamy velice neetické. Dále tzv. hláška Poláška a Čtvrtníčka v reklamě na žvýkačky Orbit: „Na takové to domácí žvýkání“ se celkem rychle importovala do mluvy mládeže i dospělých.

## 5 Cíle a obsah praktické části

V praktické části se zabývám rozbořem šetření, které jsem pro účely práce provedl. Cílem praktické části je zjistit vliv moderních technologií a médií na vývoj dospívajících z jejich vlastního úhlu pohledu. Nežjišťuji společností prezentované názory, ale osobní zkušenost respondentů a vlastní názor.

Výzkumnou metodou je dotazníkové šetření u cílové skupiny dětí a mládeže ve věku 11 – 16 let (v dalších kapitolách využívám i označení dospívající). V šetření se věnuji především moderním technologiím a médiím, se kterými se dospívající běžně setkává, jako je internet, televize, knihy a chytrá zařízení.

Mimo kvantitativních dat, která ukazují na dobu strávenou s médii a druhy aktivit, věnuji část otázek dotazníku šetření, ve kterém zjišťuji názor dotazovaných na pozici médií a technologií v jejich vlastním vývoji.

Tímto šetřením nechci poukázat pouze na záporné reakce vzhledem k virtuálnímu světu. Spíše chci odkrýt pozitiva a fakt, že se generace Z s moderními technologiemi setkává, pracuje s nimi a považuje je za běžnou součást jejich života.

### 5.1 Hypotézy

V následujících podkapitolách předkládám čtyři hypotézy, které jsem zpracoval na základě osobních zkušeností a některých názorů, které se o dospívajících říkají. Hypotézy se týkají vlivu internetu, televize, e-knih a chytrých zařízeních na dospívající.

#### 5.1.1 Posouzení vlivu internetu

Na základě teze, že generace Z tráví na internetu většinu svého volného času, považuji internet za dominantním determinantem jejich vývoje. V dotazníku v části A je otázka číslo 4, zjišťující preference při výběru druhu obchodu během nákupu věcí osobní potřeby. Na výběr je buď e-shop<sup>21</sup>, nebo kamenný obchod. Tato otázka zjišťuje, do jaké míry vstupuje internet do běžného života dospívajících. Další otázka je směřována na 3 nejčastější aktivity na internetu, kterým se adolescent věnuje. Poslední dvě otázky části o internetu se ptají na osobní zkušenost s vlivem internetu na vlastní vývoj. Ty vychází z následující **hypotézy**: *Současná generace dospívajících preferuje spíše elektronickou komunikaci oproti komunikaci tváří v tvář a neshledává v tomto počínání žádná rizika.*

---

<sup>21</sup> Internetová obdoba klasického obchodu, umožňuje uživateli si zboží vybrat, porovnat, zaplatit a vybrat si způsob doručení.

### 5.1.2 Sledování televize v domácnosti

Televizní vysílání má ve volném času dospívajících majoritní zastoupení (viz kapitola 1.2.2 *Televize*). Vycházím z myšlenky, že od počátku televizního vysílání bylo sledování TV spíše skupinovou aktivitou a pokud se rodina (a blízcí přátelé) sešli, tak právě za účelem sledování televizního pořadu. Tento model se postupem času mění až do dnešní podoby, kterou demonstuji v této **Hypotéze: *Současný trend sledování televize je, že se jedná spíše o individuální aktivitu a je spíše vedlejší aktivitou ve volném čase dospívajících.*** Ověření, nebo falzifikace této hypotézy se týkají otázky č. 9 – 12 dotazníku.

### 5.1.3 Pozice tištěných a digitálních knih ve společnosti

Předpokladem pro následující hypotézu je, že dotazovaný někdy slyšel o termínu e-knih, které si na knižním trhu upevňují stále stabilnější postavení. Otázky č. 13 – 15 zjišťují pozici tištěných a digitálních knih u dospívajících. I přes strmou přímku prodeje e-knih se domnívám, že nemají v současnosti dominantní postavení u dospívajících. Na druhou stranu nemají takovou pozici ani tištěné knihy. **Hypotéza: *Dospívající, jakožto mladí zástupci společnosti nemají vyhraněný názor na výhody a nevýhody e-knih s ohledem na užívání tištěných knih.***

### 5.1.4 Kritický přístup k technologiím

V kvalitativní části šetření mě nejvíce zajímá míra kritického přístupu cílové skupiny vůči negativním vlivům výtvarných současnosti. Vycházím z předpokladu, že jsou uživatelé moderních technologií zaslepeni výhodami, které jim přináší a nejsou si tak vědomi rizik, které jim používáním technologií hrozí. Osobní zkušeností pro zpracování této hypotézy byl rozhovor s klientem (14 let) během výchovné činnosti v neziskové organizaci SaSM Kobylisy o.p.s.<sup>22</sup>, ve kterém mě klient ubezpečoval, že: „*mobil s Androidem je super, protože mi všechno ulehčuje a já se nemusím vlastně o nic starat.*“ Na základě tohoto rozhovoru jsem zformuloval tuto **hypotézu: *Současná generace dospívajících nevidí ve využívání chytrých zařízení žádná rizika.***

---

<sup>22</sup> Salesiánské středisko mládeže Praha – Kobylisy je neziskovou organizací zaměřující se na práci s ohroženou mládeží a rodinami. Součástí je i projekt volnočasového klubu Oratoř, kde pracuji.

## 5.2 Popis dotazníku

Dotazník je rozdělen na 4 části, je sestaven na základě metodologického postupu a koresponduje s tématy v teoretické části této práce.

- **Část A** je kontrolní částí dotazníku. Zjišťuje pohlaví respondenta a jeho věk.
- **Část B** se týká tématu internet. Konkrétně zjišťuje strávený čas na internetu, preferovanou činnost ve volném čase, dále způsob nakupování, nejčastější aktivity na internetu a v rámci sebereflexe se ptám na pozitivní a negativní vliv internetu na vývoj respondenta.
- **Část C** zjišťuje informace o ostatních moderních médiích, jako je televize a e-knihy. Zjišťuje strávený čas sledováním televize, důvod sledování televize, posouzení, zda respondent sleduje televizi spíše sám, nebo se jedná o skupinovou činnost a druhy sledovaných pořadů. U e-knih se dotazují na výhody a nevýhody elektronického formátu knih.
- **Část D** se věnuje moderním přenosným zařízením s operačním systémem, tedy tzv. chytrým zařízením, jako jsou mobilní telefony a tablety. Konkrétně zjišťují používané funkce chytrých zařízení a sebereflexi užívání těchto technologií – zda si dokáže dotazovaný představit život bez chytrého zařízení, pozitivní a negativní vlivy na vývoj dotazovaného.

## 5.3 Analýza dat z dotazníkového šetření

Dotazník byl distribuován prostřednictvím internetového rozhraní serveru *Vyplňto.cz*<sup>23</sup> a výsledky jsou volně přístupné veřejnosti. Celkem odpovídali respondenti na 22 otázek, z toho 2 otázky zjišťovaly věk a pohlaví dotazovaného, ostatní otázky se týkaly tématu médií a technologií. Mechanismus portálu *Vyplňto* umožňuje jednoduše roztřídit data tak, aby se vyřadili nevhodné odpovědi (této funkce jsem využil u otázky č. 2, kde zjišťuji věk dotazovaného a vyřadil jsem data věkové kategorie mimo 11 – 16 let), zároveň neumožňuje neodpovědět na jednotlivou otázku, takže při vyhodnocování jsou všechny odpovědi platné.

---

<sup>23</sup> Dostupné online na <https://vliv-medii-a-technologie-na.vyplnto.cz>

### 5.3.1 Základní údaje o provedeném průzkumu

Dotazník byl dostupný od 27. dubna do 1. května 2015. Celkem se sešlo 159 vyplněných dotazníků při návratnosti 78,5 %. Tento údaj nám říká, že na odkaz, který vedl k dotazníku, kliklo cca 200 lidí. Respondenti byli osloveni následujícími způsoby:

- A) Prostřednictvím oslovených učitelů a ředitelů základních škol a gymnázií z Ústeckého kraje, Prahy a Brna.
- B) Dotazník byl dále nabízen ve Volnočasovém klubu pro děti a mládež Oratoř a nízkoprahovém klubu Vrtule (zřizovatelem obou klubů je Salesiánské středisko mládeže o.p.s. Praha – Kobylisy)
- C) Dále jsem oslovoval respondenty na sociální síti Facebook, odkaz na dotazník byl zveřejněn na tzv. stránkách<sup>24</sup>, které svým tématem sdružují mimo jiné i kategorii dospívajících. Konkrétně šlo např. o stránky: Pubertáci, Všichni náctiletí sem apod.
- D) Posledním kanálem, skrz který jsem oslovoval respondenty, bylo prostřednictvím chatovacích místností pro dospívající na lide.cz a xchat.cz

Aby byly výsledky dotazníku co nejvíce relevantní, neoslovoval jsem primárně jedním způsobem, ale cílem bylo mít respondenty z různých míst ČR a různých věkových a sociálních skupin.

Následující data pochází z dotazníku z části A. Z celkového počtu 159 řádně vyplněných dotazníků jsem do šetření zařadil 98 dotazníků, zbylých 61 neodpovídalo cílové skupině 11 – 16 let.

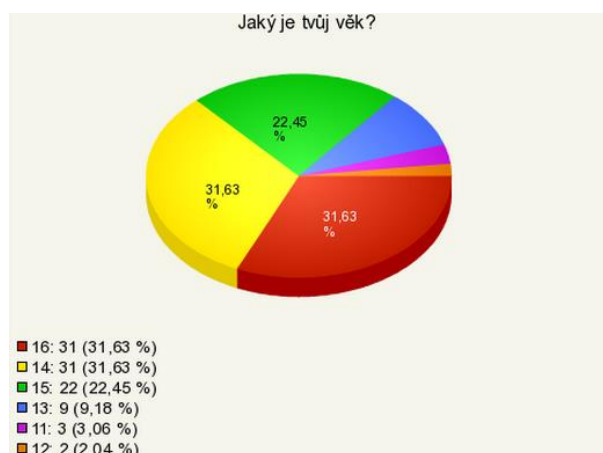
Šetření se zúčastnilo více žen (62), než mužů (36).

Z věkové struktury dotazovaných vyplývá, že odpovídali spíše starší dospívající, než mladší. Více než 85 % tázaných dospívajících bylo ve věku 14 – 16 let, naopak nejmladších dospívajících (11 let) bylo 3 %.

---

<sup>24</sup> Jedná se o oficiální cestu, jak na Facebooku prezentovat určitou činnost, nebo sdružovat uživatele, které něco spojuje. Stránku může vytvořit zdarma uživatel Facebooku a může jí spravovat ze svého osobního profilu.





Graf č. 1 – zdroj: (Vyplňto, 2015)

### 5.3.2 Část B – Internet

Otázka č. 3<sup>25</sup> rozřadila respondenty na dvě skupiny. První, která odpověděla negativně, tedy že nevyužívají internet, byli rovnou přesměrováni na otázku č. 10 (dotazníková část C) a druhou, do které patří většina dotazovaných, odpověděla, že využívají internet. Takových lidí bylo téměř 98 %. Tato otázka je rozřazovací, cílem nebylo zjistit, jaké celkové množství dospívajících využívá internet, v takovém případě bych musel otázku pokládat na neutrální půdě, bez použití internetu. Výsledky části B tedy vychází z počtu 96 respondentů.

Další otázka zjišťuje průměrnou dobu, kterou oslovení dospívající věnují činnosti na internetu. Většina odpovědí se vejde do rozpětí od 60 do 180 minut za den, což je zhruba 60 % oslovených. Nejméně času, tedy do 30 minut, zvolilo 7 respondentů (sloučená odpověď *do 30 minut* a vlastní odpověď *15 minut*). V odpovědích se jednotlivě objevovaly extrémy z druhé strany okolo 7 hodin, 23 hodin, nebo celý den. Tyto odpovědi značí trend generace Z – být online 24/7.

U otázky č. 5<sup>26</sup> mohli respondenti vybírat nabízenou činnost, kterou preferují ve svém volném čase.

Jdu ven	41	42,71 %
Používám internet	38	39,58 %
Jsem doma a nevyužívám internet	17	17,71 %

Tab. č. 2 – zdroj: (Vyplňto, 2015)

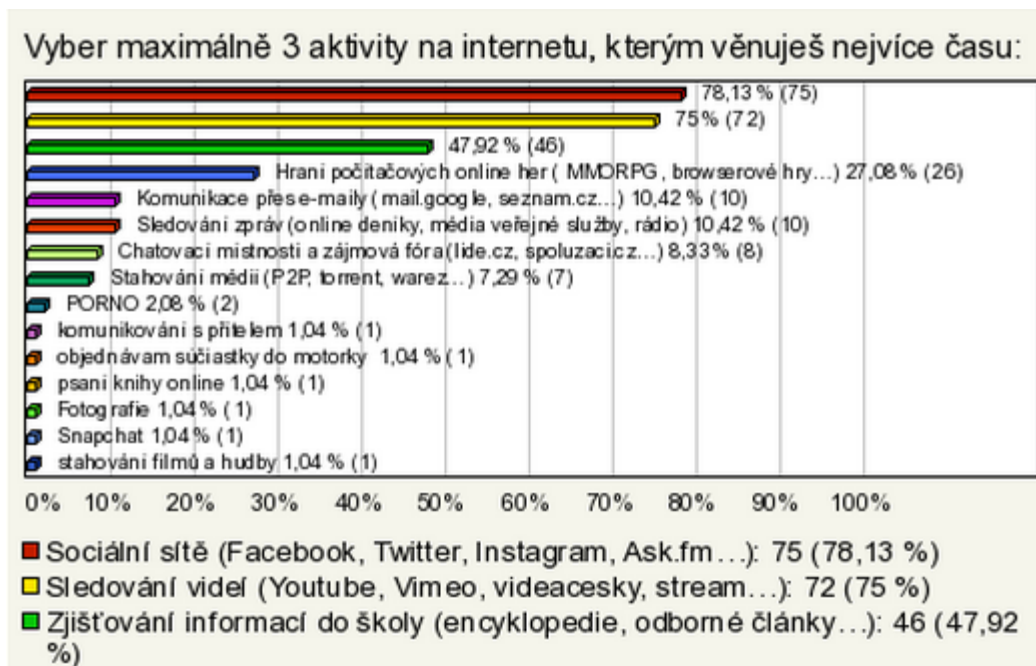
<sup>25</sup> Znění otázky: Využíváš internet?

<sup>26</sup> Znění otázky: Čemu se z následujících možností spíše věnuješ ve svém volném čase?

Ze získaných dat je patrné, že využívání internetu není preferovanou činností oslovených dospívajících ve svém volném čase, pokud mají na výběr jiné trávení volného času.

Otázka č. 6 zjišťuje, jakým způsobem spíše oslovení dospívající nakupují věci osobní potřeby, jako je například oblečení, kniha, nebo elektronika. Více než polovina dotázaných nejdříve zamíří do kamenného obchodu (cca 66 %), zbytek nejprve nakupuje na internetových portálech.

Další otázka se ptá na konkrétní internetové aktivity. Dotazovaný mohl zaškrtnout až 3 aktivity, kterým se nejvíce věnuje. Na prvních dvou místech se umístily aktivity spíše volnočasového charakteru, tedy sociální sítě a sledování videí na serverech typu Youtube.com, Vimeo, nebo Stream.cz. Oběma těmito aktivitám se věnují ¼ dospívajících. Na třetím místě se umístilo se 48 % vzdělávání se a zjišťování věcí do školy, což osobně považuji za dobrý výsledek. Zajímavý mi přišel výsledek 10 % pro sledování zpráv. Při podrobnějším zkoumání lze zjistit, že tuto odpověď zaškrtnuly téměř všechny věkové kategorie (12 až 16 let) a zastoupení je celkem vyrovnané. Dotazovaný měl možnost napsat i svou vlastní odpověď. Dva muži ve věku 11 a 16 let shodně odpověděli, že se věnují pornografii (odpověď respondentů: PORNO) a jedna patnáctiletá dívka využívá internet mimo jiné i k psaní knihy online.



Graf č. 2 – zdroj: (Vyplňto, 2015)

Otázky č. 8 a 9 jsou kvalitativního charakteru a zjišťují vlastní názor na vliv internetu na vývoj dotazovaného. Více jak polovina oslovených dospívajících (cca 55 %) si myslí, že internet nemá pozitivní vliv. Téměř stejně dopadlo dotazování na negativní vliv. Pokud byla u obou otázek odpověď ano, vyzval jsem dotazované, aby napsali konkrétní vliv. Dále vypisují vybrané vlivy, nebo takové, které se opakovaly u více respondentů.

- **Pozitivní vlivy:** díky němu se mohu dozvědět mnoho informací; je snazší se něco dozvědět, než to hledat v knihách; je to prakticky můj jediný vývoj kromě školy; rozvoj Angličtiny; zůstávám v kontaktu s kamarády celý den
- **Negativní vlivy:** asi bych měl víc chodit ven; zahlcení zbytečnými informacemi; bere mi hodně času; vše mám jak naservírované na tácu, klesá snaha; ztráta komunikace; ... můžu oslepnout; je tam vše, i věci pro dospělé a jsou volně přístupné dětem; lidé sedí doma u počítačů místo toho, aby byli spolu; naše generace příliš mnoho času tráví na internetu

U pozitivních vlivů se často objevovalo, že lze informace nalézt jednoduše a rychle, dále rozvoj cizích jazyků a jako pozitivní vidí někteří dospívající i nepřerušovaný kontakt s kamarády. U negativní vlivů se paradoxně objevovaly stejné věci jako u pozitivních: jednoduchý a rychlý přístup k informacím a neustálý kontakt s lidmi online. To svědčí o rozdílném posuzování stejných vlivů.

### 5.3.3 Část C – televize a e-knihy

Otázka č. 10 zjišťuje, jestli dotazovaný sleduje ve svém volném čase televizi. Pokud nesledují, přeskakují na otázku č. 15, která se týká četbě e-knih. Podle mého šetření sleduje televizi ve volném čase 62 % dospívajících. Srovnáme-li toto číslo s výzkumem MŠMT, které uveřejnilo ve Zprávě o mládeži 2013 (o tomto výzkumu se zmiňuji v kapitole 1.2.2 Televize), liší se tato čísla o 10 %. Je nutné podotknout, že dokument MŠMT píše o věkové skupině 13 -15 let, což může být důvodem odchylky. Výsledky šetření o televizi tedy vychází z počtu 61 respondentů.

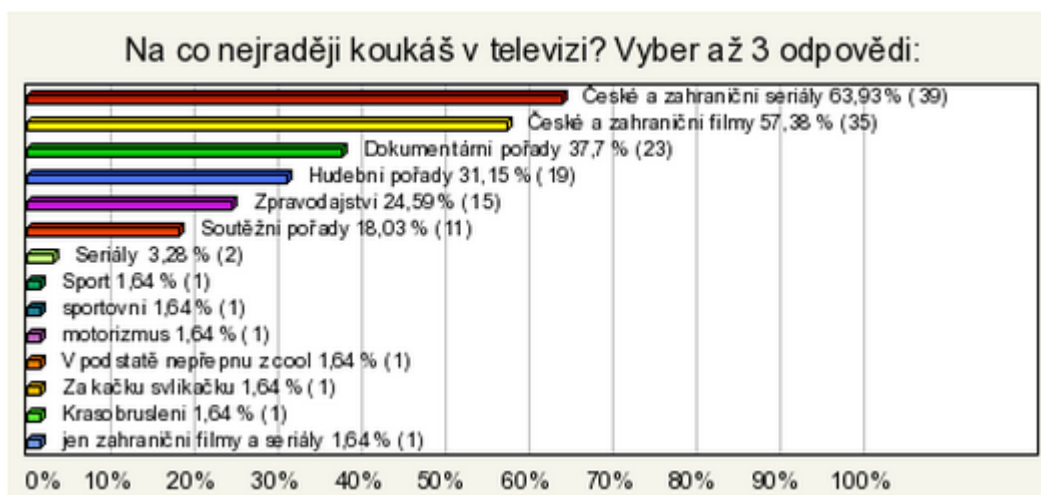
Odpovědi na otázku, zjišťující průměrnou dobu, kterou dotazovaný věnuje sledování televize, vychází v některých ohledech podobně, jako u otázky stejného typu u internetu. Cca 60 % dotazovaných tráví u televize denně 30 – 120 minut, což je středová hodnota výsledků. Nejméně času, tedy do 30 minut, tráví u televize 23 % dospívajících (někteří uvedli, že televizi sledují jen o víkendu, nebo 30 minut do týdne).

Na druhé straně i zde jsou určité extrémní hodnoty, jako 4-5 hodin denně, nebo skoro celou dobu, co je dotazovaný doma. Z výsledků je patrné, že dotazovaný vzorek tráví více času denně na internetu, než u televizní obrazovky.

Otázka č. 12<sup>27</sup> zjišťuje důvod, proč oslovení dospívající sledují televizi. Na výběr byly buď až 3 odpovědi, nebo vlastní odpověď. Necelých 43 % diváků z řad dospívajících chtějí sledovat konkrétní pořad. Na druhém a třetím místě se umístily důvody, že chtějí koukat na televizi a že vyžadují zvukovou kulisu při jiné činnosti – takto odpovídala vždy ¼ respondentů. Dále se objevili následující odpovědi: *se nudím; nemám co jiného na práci*.

Další otázka zjišťovala trend sledování televize jako individuální, nebo skupinové (rodinné) aktivity. Více jak 2/3 oslovených dospívajících koukají na televizi spíše sami. Zbytek považuje televizní vysílání v rodině většinou za skupinovou aktivitu a schází se u televize jako rodina.

Otázka č. 14 zjišťuje oblíbené typy TV pořadů, na které dotazovaní koukají, mohli vybrat 1-3 nejoblíbenější kategorie, nebo vybrat svou vlastní. Celkem suverénně se umístili tuzemské i zahraniční seriály a filmy (seriály podpořili i vlastní odpovědi jako: Seriály (2); Nepřepnu z COOL<sup>28</sup> (1); jen zahraniční filmy a seriály (1)), které sleduje více jak 60 % mladých diváků. Na dalších příčkách se umístili dokumentární pořady (38 %), hudební pořady (30 %), zpravodajství (25 %) a soutěžní pořady (18 %). Jednotlivě se objevily odpovědi, týkající se sportu.



Graf č. 3 – zdroj: (Vyplňto, 2015)

<sup>27</sup> Znění otázky: Když zapneš televizi, zapínáš ji protože:

<sup>28</sup> Respondent pravděpodobně myslel kanál Prima Cool, kde vysílají především pořady pro mladé, včetně seriálů.

Otázky 15 – 17 uzavírají **část C** a zjišťují informace o pozici knih v elektronické podobě. Z šetření je patrné, že 30 % dětí a mládeže ve věku 11 - 16 let čte e-knihy. Zbýlých 70 % čte buď klasické tištěné knihy, nebo nečte vůbec. Následující dvě otázky se ptají na nevýhody a výhody e-knih.

Pro 63 % respondentů nemají elektronické knihy žádné nevýhody. Zbýlých 37 % se vyjadřovalo svými vlastními slovy a dále předkládám vybrané odpovědi.

- **Nevýhody e-knih:** bez čtečky jsou k ničemu; lidé by si spíš měli číst vázané, než se obracet k elektronice; ne všechny knihy jsou v elektronické podobě; chybí ten pocit držet knížku v ruce; baterie zařízení se po chvíli vybijí; často mě štve, že to nemůžu ručně otáčet.

Výhod e-knih je podle dotazovaných více, než nevýhod. 53 % dotázaných nevidí v e-knihách žádnou výhodu. Pokud mají výhody, byli opět vyzváni, aby vypsali konkrétní příklady do dotazníku. Dále vypisuji vybrané odpovědi a odpovědi, které se svým smyslem opakují u více odpovědí.

- **Výhody e-knih:** lépe se dají sehnat a zdarma; je to skladnější...; lepší uskladnění; nemusím všude s sebou tahat knížky a neničím si je; neplýtvá se papírem...; můžu mít s sebou najednou hodně knížek; v knihovně spousta knížek není; nemusím si je kupovat.

Ve výhodách e-knih se často objevovala jejich cena, dostupnost a to, že jsou zdarma. Ano, celá řada titulů jsou z pozice své licence zdarma ke stažení, většina oficiálně vydaných knih je však zpoplatněná podobně jako jejich tištěné ekvivalenty a pokud je k nim volný přístup na internetu, dá se hovořit o on-line pirátství. Dalším pozitivem je váha knih, která se odvíjí od váhy zařízení, kde danou knihu čteme. Oproti tomu jako častou nevýhodu vidí dospívající absenci knihy jako takové, považují e-knihu spíše jen jako text a chybí jim možnost se knihy dotknout, listovat v ní, nebo si k ní přičichnout.

#### 5.3.4 Část D – chytrá zařízení

Poslední část dotazníku se věnuje moderním přenosným technologiím s operačním systémem. Úvodní 18. otázka<sup>29</sup> opět rozřadila respondenty na dvě skupiny. První, která nevlastní chytré zařízení, zamířila rovnou na konec dotazníku a druhá

---

<sup>29</sup> Znění otázky: Vlastních tzv. chytré zařízení?

skupina odpovídala na další otázky, týkající se tabletů a smartphonů. Mezi dospívajícími v mém šetření je 93 % vlastníků chytrého zařízení. Následující data *části D* vychází tedy z počtu 91 respondentů.

V další otázce měl dotazovaný vybrat funkce, které pravidelně využívá na svém zařízení. Vybrat mohl všechny nabízené a také napsat svou vlastní odpověď. Zajímavé je, že 6 z 8 nabízených funkcí zařízení využívá více jak polovina dotazovaných. Tento výsledek svědčí o komplexnosti a univerzálnosti těchto zařízení, nejsou tedy pouze jednoduchým nástrojem. Nejvyužívanější funkcí je využívání internetu (90 % dotazovaných), následují multimediální funkce a až na třetím místě je telefonování a SMS (83,5 %). Zajímavé by mohlo být zjištění pořadí, pokud by se jednalo pouze o chytré telefony, nikoliv tablety. Funkce organizéru (poznámky, kalendář apod.) a navigační systém využívá méně než 40 % dospívajících.



Graf č. 4 – zdroj: (Vyplňto, 2015)

Otázka č. 20 počítá s představivostí respondentů a zjišťuje, zda si dokáží představit život bez chytrého zařízení. Zjišťujeme tedy hypotetickou situaci a zároveň sebereflexi dotazovaných. Téměř 63 % dotázaných si dokáže představit život bez této technologie. Oproti tomu 37 % toho schopná není.<sup>30</sup>

Poslední dvě otázky se zase vrací ke kvalitativnímu typu šetření a zjišťuje názory na vlivy chytrých zařízení na vývoj dotazovaného. Necelých 64 % majitelů chytrých

<sup>30</sup> Tento výsledek by mohl být podnětem k dalšímu šetření, které by zjišťovalo, jak by například současná generace Z řešila běžné situace, ke kterým chytré zařízení používala, právě bez této technologie (např: zjištění nejrychlejšího spoje MHD z bodu A, do bodu B bez pomoci aplikace PubTran, která je běžnou součástí zařízení s OS Android)

zařízení si myslí, že nemají pozitivní vliv na jejich vývoj. Vzhledem k míře užívání funkcí těchto zařízení je toto číslo překvapivé. Zbýlých 36 % odpovídá vlastními slovy.

- **Pozitivní vlivy:** usnadňují život; rychlé dorozumívání; ukládání akcí, abych na nějakou nezapomněla; snazší zjištění určení některých faktů (internet všude); sdílení zážitků s ostatními, když nejsou ve fyzickém dosahu; rozhodně mi to pomáhá v mé kariéře fotografky; jsou univerzální; psaní ve výuce na tabletu či mobilu s auto-correct. Což podle mého vede k tomu, že přestanu dělat hrubky ve psaní.

Celkem vysoké procento dotázaných nevidí negativní vliv chytrých zařízení na jejich vývoj. Takto odpovědělo 64 z 91 respondentů. Zbýlých 27 dotazovaných si myslí, že negativní vlivy existují. Dále předkládám vybrané odpovědi a odpovědi, které se opakují.

- **Negativní vlivy:** jsem závislá na tom, že se třeba jinak než díky telefonu nedostanu domů; závislost; nenutí mě tolik si pamatovat; bere to čas; jsem líná něco hledat v encyklopedii, nebo tak. Rychlejší a lepší je prostě se připojit k wifi; chytré telefony, tablety...za pár let z nás všech budou terminátoři

U negativních vlivů se často opakoval termín *závislost* (celkem 8 z 27 výskytů), dále bolesti očí a fráze, které vyjadřují zvyšující se lenost, protože za nás chytré zařízení dělá více a více činností.

## 5.4 Vyhodnocení hypotéz

Níže následuje vyhodnocení představených hypotéz. Vyhodnocení probíhalo na základě výsledků šetření, které jsem provedl. Hypotézy jsou řazeny stejně, jako v úvodu praktické části.

### 5.4.1 Posouzení vlivu internetu

**Hypotéza:** *Současná generace dospívajících preferuje spíše elektronickou komunikaci oproti komunikaci tváří v tvář a neshledává v tomto počínání žádná rizika.*

Na základě šetření lze říct, že hypotéza nebyla potvrzena a v některých částech dokonce falzifikována. Dotazovaní preferují ve volném čase spíše činnosti bez účasti internetu. Pokud si dospívající může vybrat mezi kamenným obchodem nebo e-shopem,

vybírá si kamenný obchod. Na druhou stranu je komunikace na prvním místě mezi aktivitami na internetu. Někteří dospívající spatřují rizika, spojená s komunikací na internetu

#### 5.4.2 Sledování televize v domácnosti

**Hypotéza:** *Současný trend sledování televize je, že se jedná spíše o individuální aktivitu a je spíše vedlejší aktivitou ve volném čase dospívajících.*

Na základě analýzy odpovědí z otázek č. 10 - 14 potvrzují hypotézu. Ve sledovaném vzorku je sledování televize spíše individuální aktivitou. Je spíše vedlejší aktivitou, dospívající spíše jdou ven, nebo tráví více času na internetu.

#### 5.4.3 Pozice tištěných a digitálních knih ve společnosti

**Hypotéza:** *Dospívající, jakožto mladí zástupci společnosti nemají vyhraněný názor na výhody a nevýhody e-knih s ohledem na užívání tištěných knih.*

Procentuální poměr dospívajících, kteří se přiklání k tomu, že mají e-knihy nevýhody a těch, kteří si myslí, že mají spíše výhody je téměř stejný (37 % ku 47 %) Na základě analýzy kvalitativních otázek dotazníku č. 16 a 17 potvrzují, že dospívající nemají vyhraněné názory na pozici e-knih.

#### 5.4.4 Kritický přístup k technologiím

**Hypotéza:** *Současná generace dospívajících nevidí ve využívání chytrých zařízení žádná rizika.*

Z celkového počtu 91 respondentů nevidí negativní vliv chytrých zařízení 70 % dotazovaných. Zbýlých 30 % shledává v užívání těchto technologií rizika, jakými je například závislost, lenost nebo přílišná důvěra v moderní technologie. Na základě těchto údajů částečně falzifikují tuto hypotézu.



## Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit pozici moderních technologií a médií u současné dospívající generace. Zjistit jejich vlastní názor na to, co jim tyto moderní nástroje přináší a co jim berou. Teoretická část obsahuje informační základ pro studium fenoménu médií a dospívajících. Praktická část přináší osobní postřehy a výsledky vypracovaného šetření.

Dotazníkové šetření přineslo celou řadu podnětů pro další studie a práci. Výsledky zároveň vyvrátili některé mé hypotézy, na základě kterých jsem vypracoval dotazník. Záměrně jsem hypotézy nastavil tak, aby vrhaly spíše negativní světlo na cílovou skupinu dospívajících. Tyto hypotézy jsou do jisté míry obrazem toho, co si o dnešní generaci dospívajících myslí řada rodičů, učitelů, vychovatelů, nebo prarodičů. Na vyhodnocení hypotéz je vidět, že zástupci generace Z nejsou tak zkažení, jak se o nich občas slýchává.

Jako důležitá témata, která se budou do budoucna stále formovat, vidím vývoj chytrých technologií, nárůst oblíbenosti e-knih a vývoj generace Z.

Chytrá zařízení jsou v současné době vrcholem běžně dostupné elektroniky. Neustále se vyvíjí a utváří tlak na společnost. Udávají módní směry skupinám vrstevníků, stávají se atributem dospívajících, a kdo je nemá, jako by do skupiny nepatřil. Právě smartphony a tablety jsou jedním z důvodů, proč bude tato práce za dva roky, rok, nebo snad za 6 měsíců již naprosto neaktuální. Univerzálnost moderních mobilních telefonů se mění každým dnem a společnost se učí jejich nové funkce téměř každý den. Je otázkou, za jak dlouho přijde nová sociální síť, která možná nahradí všemocný facebook, tato síť bude možná založená na jiných principech (vedle audiovizuálních podnětů přinese chuťové a čichové podněty). Jakmile se ujme taková novinka, vše se změní.

Fenomén, který právě startuje a roste vzhůru je rozvoj e-knih. Podle výsledků prodejnosti jsou stále oblíbenějším médiem a zejména v městských aglomeracích, kde strávíme hodně času cestováním, lze vidět čtečky e-knih takřka na každém rohu.

Po generaci Z přijde generace jiná, která bude mít jiná specifika. Digitální domorodci pro ně budou dost dobře možná přistěhovalci, protože se nevyznají v novinkách, které se dostanou na trh s elektronikou. Další generaci bude však vychovávat generace, která umí velice dobře pracovat s technologiemi. Problém nevidím

v mezigeneračních neshodách rodič – dítě, ale ve stále prohlubující se propasti mezi generací Y a dětmi, které se narodily po roce 1995.

Díky rychlosti vývoje technologií se pomyslné nůžky mezi generacemi rozevírají stále rychleji. Je potřeba k této situaci přistupovat kriticky a konstruktivně.

Ať chceme, nebo ne, jsme odkázáni moderní elektroniku. To nemusí být špatná cesta, je jen třeba čerpat přínosy a nenechat se polapit riziky, která si sami, jakožto tvůrci těchto technologií přinášíme.

## Seznam použité literatury

- JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ, 2009. *Masová média*, sv. I. Praha: Portál, 416 s.. ISBN: 978-80-7367-466-3.
- KOLEKTIV ÚSTAVU PRO JAZYK ČESKÝ ČSAV, 1971. *Slovník spisovného jazyka českého*, sv. 1. vyd. Praha: Academia, 1079 s.. ISBN: 21-041-71.
- LINHART, J. et al., 1996. *Velký sociologický slovník*, sv. I.. Praha: Karolinum, 749-1627 s.. ISBN 80-7184-310-5.
- OLDŘICH MATOUŠEK A KOL., 2013. *Encyklopedie sociální práce*.. Praha: Portál, 576 s.. ISBN: 978-80-262-0366-7.
- ROGERS, V., 2011. *Kyberšikana: pracovní materiály pro učitele a žáky i studenty*.. Praha: Portál, 104 s.. ISBN: 978-80-7367-984-2.
- SAK, P., 2000. *Proměny české mládeže*.. Praha: Petrklíč, 291 s.. ISBN: 80-7229-042-8.
- VÁGNEROVÁ, M., 2000. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*.. Praha: Portál, 528 s.. ISBN: 80-7178-308-0.
- VÁGNEROVÁ, M., 2005. *Základy psychologie*. 1. dotisk 1. vydání. Praha: Karolinum, 356 s.. ISBN: 80-246-0841-3.

## Elektronické zdroje

- ČESKÁ STOMATOLOGICKÁ KOMORA, 2003. *Doplňující článek k plakátu o dětských zubních pastách* [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [http://www.dent.cz/img\\_data/file/u2.pdf](http://www.dent.cz/img_data/file/u2.pdf)
- ČSÚ, 2015. *Domácnosti s připojením k internetu*. 13. 4. 2015. Dostupné také z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?cislotab=ICT0070PU\\_KR&kapitola\\_id=420&voa=tabulka&go\\_zobraz=1&childsel0=2](https://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?cislotab=ICT0070PU_KR&kapitola_id=420&voa=tabulka&go_zobraz=1&childsel0=2)
- E-BEZPEČÍ, P., 2012. *e-bezpeci.cz. Závislostní chování na internetu u dětí 2. stupně ZŠ* [online]. Dostupné také z: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/rodice-ucitele-zaci/518-zavislost2st>
- FACEBOOK, 2015. Facebook.com. In: *Prohlášení o právech a povinnostech* [online]. 2015 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/legal/terms>
- GenerationZ, 2015. *Characteristics* [online]. Dostupné také z: <http://generationz.com.au/characteristics/>
- MAŘÍKOVÁ, H., 2014. Zpráva o mládeži 2013. Praha: MŠMT, s. 85. Dostupné také z: <http://www.msmt.cz/file/33231?highlightWords=volný+čas+mládež>
- NEŠPOR, K., 2007. Zdravotní rizika počítačových her a videoher. Praha: Psychiatrická nemocnice Bohnice, s. 5. Dostupné také z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1351173444.pdf>
- NICM.cz, 2014. *O čem je to dospívání* [online]. 2006-2014 [cit. 2015]. Dostupné z: <http://www.icm.cz/o-cm-je-to-dospivani>

PRENSKY, M., 2001. Digital Natives, Digital Immigrants [Online Document]. New York: MCB University Press, roč. IX, s. 6. Dostupné také z: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

RANKOV, P., 2014. Trendy v informačnom správaní mladých ľudí: mediálny multitasking. Brno: Moravská zemská knihovna v Brně, roč. I, s. 173. ISBN: 978-80-7051-200-5. Dostupné také z: [http://www.mzk.cz/sites/mzk.cz/files/souboryMZZK/pdf/sbornik\\_konference\\_kniha\\_v\\_21\\_stol\\_ekniha.pdf](http://www.mzk.cz/sites/mzk.cz/files/souboryMZZK/pdf/sbornik_konference_kniha_v_21_stol_ekniha.pdf)

SČKN, 2014. *Zpráva o českém knižním trhu 2013/2014*. ISBN: 978-80-905680-1-3. Dostupné také z: <http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-1071.pdf>

Vyplňto, 2015. *Vliv médií a technologií na dospívající (výsledky průzkumu)* [online]. Dostupné také z: <https://vliv-medii-a-technologie-na.vyplnto.cz>.

## Summary

Main topic of this bachelor thesis was to determine the influence of modern media and technologies on the development of current generation of adolescents. The goal was to create theoretical background for media and technology studies regarding to adolescents. Secondary goal was to find out the adolescent's opinion on these topics.

First chapter contains division and specifications of media. It includes the characteristics of modern media such as television, e-books, internet or smart devices. The main focus is on the smart devices and internet, because of its success with adolescents.

Second chapter is about describing today's adolescents. Except the main features which are common for all the generations (e.g. biological features) the chapter contains mainly typical features and characteristics which relate to modern era. Important is the mention about adolescent's multitasking and digital hyperactivity.

Third chapter contains the impact of media on adolescents from different angles. Media influences young people from the perspective of stances, emotions, physiological reactions and behaviour. Important part is subchapter 3.6 about cyberbullying, which is regrettably starting to be more frequent in school and youth organizations.

Fourth chapter closes the theoretical part of the thesis and describes the usage of modern technologies in education of adolescents. The beginning is about tools that are used in schools such as older technologies (projectors and computers) and newer technologies (tablets and interactive whiteboards). Spread of newer technologies in Czech schools is still in the beginnings.

In practical part there are several hypotheses defined, research method is described and results are analysed. Hypotheses are from my personal experience, pre-research and common opinions on Czech children and adolescents in age ranging from 11 to 16 years of age. It is followed by description of the questionnaire which was used as the research method. Analysis of qualitative and quantitative research data was elaborated by individual questions and it brought some interesting results.

The conclusion of the practical part of the thesis contains evaluation of the defined hypotheses. Several hypotheses were falsified, but most of them were proven to be true .